

Монастырёва Ольга Валерьевна

**МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗА СТРАНЫ
В ПРАКТИКЕ «МЕЖДУНАРОДНОГО РАДИО КИТАЯ»:
ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ И ТВОРЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ
ВЕЩАНИЯ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

Специальность 10.01.10 – журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург – 2011

Работа выполнена на кафедре журналистики филологического факультета
ФГБОУ ВПО «Амурский государственный университет»

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Мансурова Валентина Дмитриевна

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Пугачёв Валерий Вениаминович

кандидат филологических наук, доцент
Зыков Владимир Фёдорович

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Новосибирский национальный
исследовательский государственный университет»

Защита состоится «16» декабря 2011 года в 11.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.285.21 по защите докторских и кандидатских диссертаций при ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, ком. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Автореферат разослан «15» ноября 2011 года

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук,
профессор



Б.Н. Лозовский

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Трансграничные потоки современного международного радиовещания производят особый информационный продукт – медиаобраз страны, который создается журналистами под влиянием сфер политики, экономики, культуры и адресован зарубежной аудитории. Со времен «холодной войны» существенно изменились средства и методы инновационной деятельности, однако цели зарубежных голосов по-прежнему связаны с информационно-пропагандистским воздействием на аудиторию, выгодным позиционированием страны на мировой арене.

Обращение к опыту русскоязычного вещания «Международного радио Китая» по созданию и продвижению образа страны отражает весь комплекс обозначенных проблем. Повышение роли Китая в мировых процессах приводит к тому, что страна целенаправленно обновляет средства, формы и методы своей внешнепропагандистской деятельности, уделяя особое внимание модернизации СМИ, адресованных зарубежной аудитории.

«Международное радио Китая» (China Radio International) – самый крупный и авторитетный в КНР вещательный канал, единственное государственное радио, которое осуществляет вещание на зарубежные страны. В 2009 г. радиостанция вышла на первое место по количеству языков вещания среди аналогичных радиостанций мира¹. В 2011 г. на базе «Международного радио Китая» создана Китайская международная телерадиовещательная сеть (CIBN), а также Всемирная вещательная медиа-корпорация «МРК-Планета», что ознаменовало новый этап в развитии инновационного Китая. Одновременно с этим китайские вещатели заявили о планах по увеличению влияния «голоса» Поднебесной в России.

Подобные примеры активного развития характерны и для других русскоязычных СМИ Китая. В современных условиях их деятельность связана с реализацией масштабной внешнеполитической программы по корректировке негативных представлений зарубежной аудитории о Китае и продвижению положительного образа страны.

Как понятие в теории журналистики, «медиаобраз страны» означает суммарное представление о стране, которое создается в результате отражения в журналистских материалах тех или иных ее черт². В силу специфики журналистской деятельности это представление может обладать большей или меньшей силой воздействия на аудиторию. Степень реализации этих возможностей зависит от выбора наиболее адекватных коммуникативных стратегий – комплекса средств и способов продвижения образа страны в процессе межкультурного диалога.

¹ Истомин М. Они стали первыми. Вещание на границу из Китая и рейтинг международных вещателей / ДХ портал (DX Portal). Рубрика «Вещая поверх границ». – 2009. – №10. URL: <http://www.portalostranah.ru/view.php?id=93>;

² Богдан Е.Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. – 2007. – №4. – С.122-127.

Выбирая способы формирования внешнего образа страны, СМИ включаются в комплексную программу позиционирования страны за рубежом. В деятельности Русской службы «Международного радио Китая» более «крупные» стратегии продвижения медиаобраза страны, связанные с внешнеполитическими концепциями КНР, особенностями китайско-российских отношений, редакционной политикой радиостанции, находят творческое воплощение в стратегиях создания журналистского текста, адресованного русскоязычной аудитории.

Различные аспекты понимания и использования стратегий коммуникации для продвижения образа страны в деятельности «Международного радио Китая» делают тему диссертационного исследования **актуальной** в следующих положениях.

Во-первых, коммуникативные стратегии китайского инновационного вещания вписаны в общий механизм «большой стратегии» страны³, главная цель которой связана с достижением Китая лидерства на мировой арене, а первоочередной задачей значится создание благоприятной внешней обстановки. Перед китайскими СМИ, в том числе русскоязычными, стоит задача улучшения имиджа Китая в глазах зарубежной аудитории.

Во-вторых, коммуникативные стратегии внешних СМИ Китая в начале XXI в. оказались подчинены пропагандистским задачам по продвижению «мягкой силы»⁴, связанной с проекцией вовне китайской культуры.

В-третьих, коммуникативные стратегии «Международного радио Китая» представляют интерес с точки зрения воплощения традиционных и современных практик мирового инновационного вещания, поскольку трансформация радио во всем мире заставляет искать новые формы, поводы и интонации диалога с зарубежной аудиторией.

В новом веке споры о роли радиовещания как «гигантского громкоговорящего» (Э. Тоффлер) только усилились и в общей проблематике повторяют надежды и опасения теоретиков глобализации. Пока Россия переживает сценарий вестернизации, в том числе в медиапространстве, Китай предлагает миру свой вариант социокультурных ориентиров. Характер межкультурного диалога демонстрирует успешность их принятия со стороны российского общества, в жизни которого присутствие китайской культуры как неотъемлемого компонента образа Китая становится все более заметным. Отныне его «маркируют» не только товары «made in China», но интерес к искусству, традициям, философии, кухне, медицине, языку, «экспортируемым» китайской журналистикой в соседнюю страну.

Все это приводит к необходимости осмыслить цели русскоязычного вещания «Международного радио Китая» на современном этапе, изучить сред-

³Ван Хайюнь. Синь синшися Чжунго вайцзяо чжаньлюэ чжундэ гоцзя динвэй [Определение национального статуса во внешнеполитической стратегии Китая в новых условиях] // Шицзе даши юй Чжунго хэпин фачжань (Общая мировая ситуация и мирное развитие Китая). Пекин, Шицзе чжиши чубаньшэ, 2006. С. 78 – 87; Е Цзычэнь. Чжунго да чжаньлюэ: Чжунго чэнвэй шицзе дагодэ чжунго вэньти цзи чжаньлюэ сюаньцзэ [Большая стратегия Китая: главный вопрос и стратегический выбор превращения Китая в великую мировую державу]. – Пекин: Чжунго шэхуэй кэсюэ чубаньшэ, 2003. – С. 2-3; Ху Аньган. Чжунго: синь фачжаньгуань [Китай: новый взгляд на стратегию развития]. – Ханьчжоу: Чжэцзян жэньминь чубаньшэ, 2004. – 201 с.

⁴Янь Сюэтуан. Чжунго жуаньшили ю дай тигао [Мягкая сила Китая ждет повышения]//Чжунго юй шицзе гуаньча. – Сянган. – 2006. – № 1. – С. 1.

ства и методы продвижения образа страны в процессе межкультурной коммуникации, а также роль журналистики в позиционировании страны за рубежом.

Степень научной разработанности темы. В теории отечественных СМИ, в том числе журналистики, изучение опыта зарубежных стран в обращении к инокультурной аудитории в большинстве случаев рассматривается с точки зрения контрпропаганды, идеологического контроля. Со времен окончания «холодной войны», оставившей значительное количество полновесных исследований опыта «буржуазной» инновещательной пропаганды⁵, радиовещание за рубежом на национальных языках аудитории остается практически не изученным. Работы о деятельности инновещания в новых условиях, как правило, посвящены отдельным, чаще всего западным радиостанциям⁶. В этой связи заслуживает внимания монография Монро Прайс⁷, содержащая актуальный материал о деятельности инновещания на рубеже XX-XXI веков и затрагивающая проблемы азиатского инновещания.

Изучение литературы показало полное отсутствие целенаправленного обращения исследователей к деятельности «Международного радио Китая» в целом и его русскоязычному вещанию в частности. В некоторых работах информация об инновещании Китая ограничена краткой характеристикой «статуса» радиостанции. Информация о русскоязычном вещании из Китая содержится в справочниках «Радиовещание на русском языке», в неспециализированной периодике⁸, а также в содержании самих передач радиостанции и на её сайте.

Особенности функционирования СМИ в период транзитивного общества изложены в работах Я.Н. Засурского, Р.А. Борецкого, Рантанен Терхи, В.В. Орловой, Л.А. Васильевой. К описанию СМИ Китая на рубеже XX-XXI вв., в том числе иноязычным, обращаются Вэнь Вэнь, Чжао Цзин, Ли Динсинь, Е.Б. Зайцев, Н.В. Ткачева и др.⁹ В их работах затронуты проблемы

⁵Артемов В., Семенов В. Би-Би-Си: история, аппарат, методы радиопропаганды. – Минск.: Изд-во «Университетское», 1984. – 236 с.; Беглов С.И. Черная пропаганда по каналам радиостанций «Свобода» и «Свободная Европа» // Внешнеполитическая пропаганда: Очерк теории и практики. – М.: Высшая школа, 1984. – 375 с.; Острогорский В.М. Осторожно: «Немецкая волна»: Истоки и история западногерманского инновещания. – М.: Искусство, 1985. – 254 с.; Чужие голоса в эфире / Б. Г. Баннов, Г. Н. Вачнадзе. – Москва: Мол. гвардия, 1981. – 287 с.; Ярошенко В.Н. «Черный эфир»: Подрывная пропаганда в системе буржуазного внешнеполитического радиовещания. – М.: Искусство, 1986. – 207 с.

⁶Афанасьев Ю.Е. Современное международное вещание: проблемно-тематическая структура информационно-аналитических программ радио «Свобода» на русском языке: Автореф. дис. канд. филол. наук. – СПб., 2005. – 27 с.; Кондакова М.Н. Специфика международного радиовещания (на примере Русской службы Би-Би-Си) // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. – 2001. – № 6. – С. 110-115.; Негрышев А.А., Моисеева А.В. Аспекты речевого воздействия в радиотекстах «Немецкой волны» // Актуальные проблемы содержания и методики обучения иностранным языкам. Владимир, 2001. С. 33-38.; Хайкин С., Бережкова С. Зарубежное радио в России // СРЕДА. – 1999. – №8. – URL: <http://www.sreda-mag.ru/mag/14/7.phtml>.

⁷Прайс М. Публичная дипломатия и трансформация международного вещания. В кн.: Масс-медиа и государственный суверенитет. – М.: Институт проблем информационного права, 2004. – 332.

⁸Радиовещание на русском языке: Справочник [Выпуск второй (2001); Выпуск третий (2002); Выпуск четвертый (2002); Выпуск пятый (2003); Выпуск шестой (2003); Выпуск седьмой (2003)]. Сост. Гусев К.Е. и др. – М. – URL: <http://www.radio.hobby.ru>; Новая мудрость Пекинского радио // Российские Вести. – 2009. – №8. – URL: <http://rosvesty.ru/1954/problem/?id=1000000756>; Соловьев Е. Поймали свою волну. Международное радио Китая намерено расширить вещание в России // Российская газета (Спецвыпуск). – 2010. – 24 ноября. – N5344. – URL: <http://www.rg.ru/2010/11/24/radio.html>.

⁹Вэнь Вэнь. Телевидение Китая: содержание и жанровое многообразие: Автореф. дис. канд. филол. наук. – СПб, 2007. – 21 с.; Ли Динсинь. Пресса Китая в условиях экономической реформы (90-е гг. XX века) / Под ред. С.М. Виноградовой. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2000. – 168 с.; Чжао Цзин. Эволюция китайской прессы в период экономических реформ (1978-2004 гг.): Дис. канд. филол. наук. – М., 2004. – 200 с.; Зайцев Е.Б. Межкультурная коммуникация в современном информационном пространстве (на примере употребления словосочетаний – символов в материалах веб-сайта

функционирования китайских СМИ для зарубежной аудитории, обозначены направления внешнепропагандистской деятельности Китая.

В поле исследований попали работы, посвященные опыту российско-китайского взаимодействия в различных сферах. Труды китаеведов С.Л.Тихвинского, В.Г. Гельбраса, Ю.Г. Галеновича, В.Л. Ларина, А.В. Лукина и других помогают выявить различные исторические, общественно-политические, экономические и социокультурные факторы, влияющие на особенности образа Китая в России в разные периоды международных отношений. Материалы китайских авторов¹⁰ неизменно затрагивают вопросы о важности создания доверия между народами Китая и России как основного условия для благоприятного позиционирования страны в глазах русскоязычной аудитории. Работы Тань Аошуан, В.В. Малявина, В.Г. Бузова¹¹ помогают осмыслить характер межкультурной коммуникации между Китаем и Россией, способствуют пониманию мировоззренческих основ китайского народа.

Используемое в работе понятие стратегий коммуникации основано на исследованиях по журналистике (А.А. Тертычный, В.В. Тулупов, М.В. Шкондин); теории коммуникации (Е.Г. Борисова, В.П. Конецкая, Г.Г. Почепцов); лингвистике (О.С. Иссерс, Е.В. Ключев, И.В. Труфанова.); политической и коммерческой пропаганде, риторике делового общения (Л. Войтасик, Г.Г. Хазагеров) и др.

Практически не исследованной остается творческая сторона деятельности китайских журналистов. Между тем, именно она способна показать, *как* СМИ для зарубежной аудитории достигают поставленных целей, создают интерес к своей деятельности. Учитывая, что творческие находки инновационные обеспечивают эффективность убеждающей коммуникации в инокультурной среде, данное исследование представляет собой попытку восполнить обозначенный пробел.

Объектом данного исследования является информационно-пропагандистская деятельность «Международного радио Китая».

Предмет исследования – коммуникативные стратегии формирования и продвижения образа страны в русскоязычном вещании «Международного радио Китая».

Цель исследования – выявить комплекс функционально-творческих средств и методов русскоязычного вещания «Международного радио Китая», способствующих позиционированию страны за рубежом, и показать роль

медиагруппы «Чайна Дэйли», КНР): Автореф. дисс. канд. филол. наук. – М., 2003. – 25 с.; Ткачева Н.В. Информационные стратегии стран Восточной Азии в условиях рыночных реформ. – М.: Изд-во РИП-холдинг, 2003. – 152 с.; Журналистика Китая / Михайлов С.А. и др. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 600 с.; Чжан Лигуан. Особенности развития журналистики Китая на рубеже третьего тысячелетия: Дисс. канд. филол. наук. – М., 2007. – 171 с.

¹⁰ Ван Лицзю. О роли идейной традиции добрососедства во внешней политике современного Китая // Вестник Моск. ун-та. Серия 18. Социология и политология. 2005. – №2. – С.57-71; Лю Гучан. Россия и Китай. Соседи, партнеры, мировые величины // Международная жизнь. – 2007. – №5. – С. 3-17; Элосы юй даго чжоубянь гуаньси [Россия и ее отношения с окружающими великими державами] / Фэн Шаолэй, Сян Ланьсинь. – Шанхай: Шанхай жэньминь чубаньшэ, С. 118-119.

¹¹ Тань Аошуан. Китайская картина мира: Язык, культура, ментальность. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 240 с.; Искусство управления / Сост., пер., вступ. ст. и коммент. В.В. Малявина. – М.: Изд-во Астрель, Изд-во АСТ, 2004. – 225 с.; Бузов В.Г. Китай и китайцы глазами Российского ученого. – М.: Ин-т философии РАН. – М.: ИФРАН, 2000. – 224 с.

журналистской деятельности в политическом, экономическом и социокультурном взаимодействии Китая с Россией.

Реализация поставленной цели предполагает решение следующих **задач исследования**:

1) рассмотреть характер модернизации русскоязычного вещания «Международного радио Китая» в свете реализации внешнеполитических концепций КНР;

2) раскрыть специфику медиапространства, формируемого СМИ Китая и России на рубеже XX – XXI веков;

3) исследовать и сопоставить роль китайского иновещания в системе русскоязычных СМИ страны с аналогичными субъектами межкультурной коммуникации российской стороны, обращенными к Китаю;

4) охарактеризовать основные коммуникативные стратегии формирования и продвижения образа страны в комплексе журналистских задач «Международного радио Китая», проследить приоритет их использования в различные периоды китайского вещания на русском языке;

5) проанализировать основную проблемно-тематическую сферу китайского иновещания на русском языке, обозначить ее специфику в программировании вещания и жанровом своеобразии передач;

6) обобщить и предложить практике российской журналистики творческие средства и методы убеждающей коммуникации, выработанные редакцией «Международного радио Китая».

Гипотеза исследования состоит в том, что информационно-пропагандистская деятельность «Международного радио Китая» представляет собой сплав традиционных и современных коммуникативных стратегий, адекватных восприятию русскоязычной аудитории. Их использование создает условия для эффективной журналистской деятельности китайских вещателей, что опережает существующие практики российских СМИ.

Ранее «Международное радио Китая», в том числе его вещание на русском языке, не подвергалось в отечественной научной традиции комплексному анализу, не рассматривалось в контексте кросскультурной проблематики, тем более, не исследовалось как канал и инструмент формирования медиобраза страны. В этом заключается **новизна исследования**, реализующаяся в следующих положениях:

1. Впервые изучены и обобщены функциональные и творческие характеристики русскоязычного вещания «Международного радио Китая», реализующего принципы «мягкой силы» Китая и демонстрирующего успешный опыт сочетания эфирного и внеэфирного взаимодействия с зарубежной аудиторией.

2. Впервые предложена периодизация развития русскоязычного вещания «Международного радио Китая», основные этапы сопоставлены с ключевыми периодами китайско-советских/российских отношений на межгосударственном уровне.

3. Введены в научный оборот материалы о становлении и развитии русскоязычного вещания «Международного радио Китая», а также материалы об истории вещания на Китай Московского радио (ныне «Голос России»).

4. Впервые выявлены особенности реализации культуроформирующей функции вещания в передачах «культурной» и «не-культурной» направленности.

5. Впервые обозначены способы отражения и формирования национальной концептосферы культуры и языка Китая в русскоязычном вещании. Доказано, что тексты передач строятся на включении в содержание базовых концептуальных универсалий культуры, вокруг которых и организуется убеждающая коммуникация.

6. Впервые выявлена прагматическая взаимосвязь коммуникативных стратегий китайского иновещания с предложенными в древнем Китае стратегиями успешного общения. Объединяющие их идеи сформулированы как принципы эффективного диалога с инокультурной аудиторией.

Теоретическая основа исследования

Функциональные и творческие характеристики русскоязычного вещания «Международного радио Китая» рассматриваются в рамках диалектико-материалистической методологии как результат деятельности в категориях «цель – средство – результат», где основное внимание сосредоточено на изучении средств и методов реализации поставленных целей, причинно-следственных связей изучаемых процессов. Принципы объективности, всесторонности, историзма, конкретности, противоречия позволяют рассмотреть динамику развития медиапространства, формируемого СМИ Китая и России, предпосылки реализуемых стратегий, функционирование иновещания в системе внешнеполитической деятельности страны.

Для понимания и объяснения современного функционирования СМИ, и в частности радиовещания, в работе используются теории информационного общества, изложенные в трудах М. Кастельса, Э. Тоффлера, М. Маклюэна, Я.Н. Засурского.

В процедуре исследования задействованы концептуальные основы теории М.М. Бахтина о диалогической модели коммуникации, позволяющей трактовать обращение к зарубежной аудитории как к обобщенному Другому. Лингвистическая концепция Р.О. Якобсона открывает возможности обращения к таким категориям, как контекст, код коммуникации. Теория Ю. Хабермаса о коммуникативном и стратегическом действиях коммуникации позволяет рассмотреть намерения, мотивы диалога китайских вещателей и способы достижения целей в русскоязычном вещании.

Исследование концептосферы китайской культуры в передачах на русском языке опирается на работы Д.С. Лихачева, Ю.С. Степанова, В.В. Красных, З.Д. Поповой, И.А. Стернина, В.И. Карасика и др.

Характеристика вещания со стороны содержания, программирования, жанровой специфики, языка опирается на принципы исследования радиопередач, изложенные в работах А.А.Шереля, В.В. Смирнова, В.А. Сухаревой.

В работе применяется методологический инструментарий ряда гуманитарных наук. В частности, **системный анализ** используется для выявления места и роли «Международного радио Китая» в системе русскоязычных СМИ и всей внешнеполитической пропаганды КНР; **структурно-функциональный анализ** позволяет раскрыть механизм реализации комму-

никативных стратегий в деятельности русскоязычного вещания; **контент-анализ** как конкретно-социологический метод исследования применяется для исследования содержательно-тематического наполнения передач; **интент-анализ** позволяет выявить скрытые целевые установки авторов сообщений; **концептуальный анализ** позволяет описать концептосферу китайско-русского диалога, увидеть, на какие ментальные характеристики опирается межкультурная коммуникация; **лингво-стилистический анализ** демонстрирует разнообразие приемов и методов убеждающей коммуникации; **нарративный анализ** вскрывает механизм отбора фактов в общей структуре повествования. **Компаративный метод** проявляется в сопоставлении информационной деятельности Китая и России. Кроме того, выводы исследования подкреплены данными, полученными в ходе неформализованных **экспертных интервью и наблюдения**.

В целом, выбранная методология в совокупности методов соотносится с основным принципом стратегического подхода к изучению содержательной стороны деятельности СМИ. Согласно теории Т. ван Дейка, он заключается в рассмотрении обширной контекстуальной перспективы. «Новое при таком подходе видится в следующем: многие факторы и условия производства текстов массовой коммуникации, от экономических условий до социальных и институциональных процедур выпуска текстов новостей, теперь могут быть эксплицитно соотнесены с различными структурными характеристиками этих текстов»¹².

Основные понятия и категории исследования:

Медиаобраз страны – суммарное представление о стране, которое создается средствами массовой информации в результате отражения в журналистских материалах тех или иных ее черт (Е.Н. Богдан).

Коммуникативные стратегии – совокупность средств и способов продвижения образа страны в медиапространстве; сверхзадача, направленная на достижение коммуникативной цели и рассчитанная на определенный эффект.

Культура – комплекс, включающий знания, верования, искусство, мораль, законы, обычаи, а также иные способности и навыки, усвоенные человеком как членом общества.

Концепт – ментальное образование, являющееся значимым, осознаваемым и типизированным фрагментом индивидуального, общественного, исторического, национального или другого опыта.

«Мягкая сила» – теория несилового влияния в международных отношениях, основным ресурсом которого является использование нематериальных ресурсов культуры.

Хронологические рамки исследования охватывают период 2006- 2010 гг. Автор также обращается к более ранним периодам развития китайско-русского медиапространства, когда этого требует логика исследования.

Эмпирическая база исследования включает передачи «Международного радио Китая», составляющие сетку вещания на русском языке в период с 2006 по 2010 гг. Общий мониторинг вещания проводился с эфира, при анали-

¹²Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – С. 112.

зе текстов программ, попавших в выборку, использован архив материалов (в аудио и текстовой версиях), расположенных на сайте «Международного радио Китая» (www.russian.cri.cn).

Общий объем изученного вещания составил 1561,1 часа. В результате выборки было изучено 684 текста информационных, информационно-аналитических, тематических передач, а также 100 выпусков специального проекта «Здравствуй, Китай!».

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Китайско-российское медиапространство формируется неравнозначными пропорциями массовой информации со стороны двух стран. В Китае действует целостная многоканальная система СМИ, адресованных русскоязычной аудитории, что не соответствует аналогичным практикам в России. Вещание «Международного радио Китая» на русском языке является наиболее значимым элементом этой системы.

2. Развитие «Международного радио Китая» сопряжено с растущим влиянием Китая в мире. Курс страны на реализацию ряда внешнеполитических концепций положен в основу модернизации технической, организационной и содержательной сторон вещания.

3. История русскоязычного вещания из Китая накопила опыт применения различных коммуникативных стратегий продвижения образа страны за рубежом: легитимации, дифференциации, переакцентуации и др. Их преобладание в иновещательной деятельности того или иного периода обусловлено характером китайско-советских/российских отношений. Современный период вещания из Китая на русском языке, характеризующийся как «период культурных инициатив», максимально использует возможности коммуникативной стратегии сближения для формирования положительного образа Китая в глазах русскоязычной аудитории.

4. Культура является основной предметной сферой русскоязычного вещания. Культуроформирующие функции реализуются за счет доминирования объема передач о культуре, наличия концептов культуры в передачах «некультурной» тематики, а также благодаря особым жанровым формам, таким как «легенда», «урок», «концерт», «письмо», «экскурсия» и др.

5. Все многообразие средств и методов убеждающей коммуникации в передачах на русском языке подчинено созданию положительных и блокировке негативных представлений аудитории о Китае. «Гибкость» межкультурного диалога в деятельности журналистов проявляется в обращении к национальным и общекультурным ценностям.

6. В эфирной и внеэфирной деятельности журналисты «Международного радио Китая» используют правила успешности диалога, зафиксированные в древних китайских стратагемах. Результат их действия в коммуникативных стратегиях и тактиках иновещания проявляется в одобрительном «принятии» положительного образа Китая со стороны русскоязычной аудитории.

Теоретическая значимость работы заключается в выявлении и введении в оборот отечественных научных исследований актуальных материалов, раскрывающих опыт иновещательной практики «Международного радио Китая» как крупнейшей медиакорпорации, демонстрирующей успешный

опыт позиционирования страны на мировой арене за счет использования гибких способов взаимодействия с зарубежной аудиторией. Обращение к журналистской деятельности «Международного радио Китая» на русском языке, которое прежде не было предметом самостоятельно изучения, вносит вклад в изучение истории зарубежных СМИ, предлагает новые подходы к анализу инновационной деятельности, обозначает ряд перспективных направлений для дальнейшего исследования проблем журналистики в условиях глобального медиапространства.

Практическая значимость исследования определяется тем, что средства и методы продвижения образа страны за рубежом, применяемые в деятельности Русской службы «Международного радио Китая», могут быть использованы для поиска более оптимальных стратегий межкультурной коммуникации с российской стороны. Полученные выводы диссертации адресованы субъектам медиапространства, заинтересованным в повышении эффективности межкультурного диалога в журналистской сфере. Большое значение имеет внедрение описанного в диссертационной работе положительного опыта русскоязычного вещания Китая в практику российского инновационного вещания на китайском языке. Материалы исследования целесообразно использовать в вузовском преподавании при чтении курсов по истории зарубежных СМИ, теории и практики международной журналистики, при разработке специальных курсов.

Апробация работы. Промежуточные и основные результаты исследования были апробированы в ходе *Международных научно-практических конференций*: «СМИ – общество – образование: модели взаимодействия» (Челябинск, 2007), «Современные проблемы взаимодействия языков и культур» (Благовещенск, 2008), «СМИ России и Китая в XXI веке в условиях глобального экономического кризиса» (Москва, 2009), «Образовательная среда вуза: ресурсы, технологии» (Благовещенск, 2009), «Журналистика в 2009 году. Трансформация систем СМИ в современном мире» (Москва, 2010), «Русские и китайцы: региональные проблемы этнокультурного взаимодействия», (Благовещенск, 2010), «Проблемы региональной лингвистики» (Благовещенск, 2010), «Россия и Китай: социально-экономическое взаимодействие между странами и приграничными регионами» (Благовещенск, 2010); «Литература и журналистика стран Азиатско-Тихоокеанского региона в межкультурной коммуникации XX – XXI вв.» (Хабаровск, 2011); *Всероссийских научно-практических конференциях*: «Профессия «Журналист»: вызовы XXI века» (Ижевск, 2008), «Альтернативный мир» (Благовещенск, 2011); «Журналистика в поисках моделей развития» (Томск, 2011); *Межвузовской научно-практической конференции* студентов и аспирантов «СМИ в современном мире. Молодые исследователи» (Санкт-Петербург, 2009); Четвертых Кирилло-Мефодиевских чтениях «Социолингвистический портрет Приамурья» (Благовещенск, 2009).

По теме диссертации опубликовано восемнадцать научных работ.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, включающих 15 параграфов, заключения, библиографического списка и четырех приложений. Общий объем работы составляет 202 страницы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертации, определяется степень научной разработанности темы, формулируются цели и задачи исследования, методологическая основа, эмпирическая база, представлены научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы.

Первая глава «Китайские средства массовой информации – русскоязычная аудитория: организация диалога в контексте восприятия образа Китая в России» посвящена описанию предпосылок, условий и тенденций формирования современного образа Китая в России посредством СМИ.

В параграфе 1.1. *«Журналистика Китая и модернизация информационно-пропагандистской деятельности страны за рубежом»* охарактеризованы основные направления модернизации внешнеполитической пропаганды Китая с начала XXI в. Применительно к журналистике эти изменения связаны с повышением адекватности «экспортируемого» вовне медиаобраза Китая. С помощью СМИ образ Китая как миролюбивого, открытого, ответственного государства и его населения призван содействовать привлекательности страны в глазах зарубежной аудитории. Этой цели подчинены обновленные концепции корректировки образа страны за рубежом. «Расхождение внутренней и внешней пропаганды» предполагает подачу разнонаправленной информации внутри страны и за рубежом; отказ от «сообщения только хороших новостей и замалчивания плохих» основан на теории сбалансированной пропаганды, «малая критика, большая польза» призвана вызывать доверие аудитории к журналистской работе. Реализация обновленных концепций китайской внешней пропаганды привела к смене характеристик медиаобраза страны: китайские СМИ отказались от перманентного создания величественного образа Китая.

В параграфе 1.2. *«Китай – Россия: характер публичного диалога и факторы корректировки образа страны в глазах русскоязычной аудитории»* показано, что на современном этапе развития китайско-российских отношений участие Китая в межкультурном диалоге связано с реализацией «мягкой силы» и продиктовано необходимостью установления доверия с русскоязычной аудиторией. Теория использования нематериальных ресурсов культуры для влияния на поведение людей в других странах, предложенная американским ученым Джозефом Наем¹³, легла в основу публичного диалога Китая с Россией и отразилась в концепции русскоязычного вещания. «Мягкая сила» культуры призвана создавать привлекательный образ Китая и быть эффективным проводником идей гармоничных и добрососедских отношений.

¹³ Най Дж. Гибкая власть: как добиться успеха в мировой политике; пер. с англ. – Новосибирск: Тренды, 2006. – 222 с.

В параграфе 1.3. «*Международное радио Китая в системе китайских СМИ на русском языке*» рассмотрен современный опыт обращения китайских СМИ к русскоязычной аудитории, проводится его сравнение с аналогичными практиками российской стороны.

По мнению ряда исследователей, сложившаяся ситуация в этой сфере актуализирует широкий спектр проблем вне сферы журналистики: «Приветствуя подобную активность китайского правительства, следует отметить, что, если Россия не сможет столь же активно заниматься улучшением своего имиджа и популяризацией собственной культуры в Китае, вскоре в представлениях общества возникнет определенный необъективный перекося в пользу Китая, ситуация доминирования официальной китайской информации и пропаганды. До сих пор российская сторона не смогла адекватно ответить на китайский информационный вызов»¹⁴.

Параграф 1.4 «*Национальная культура и модель ее журналистского воплощения как основа формирования медиаобраза страны*» посвящен рассмотрению общих идей китайской культуры. Анализ **функций, принципов журналистской этики, тематики, характера образов и жанровых особенностей** китайских СМИ показал, что их специфику в целом характеризуют следующие признаки: изображение приоритета общего над личным, общественного над персональным, традиционного над привнесённым.

Центральной посылкой параграфа 1.5 «*Консолидирующий потенциал радио: опыт эмигрантской и советской журналистики в современном инновационном Китае*» становится утверждение о том, что консолидирующий потенциал диалога Китая и России реализуется в условиях соседства территорий, а также соседства разных культур.

Опыт подобного диалога двух народов опирается на богатые традиции русского вещания в Китае. Наиболее систематично его воплощало и воплощает инновационное вещание на Китай из Москвы (ныне осуществляемое РГРК «Голос России»). Обращение к истории становления советского вещания на китайском языке свидетельствует о поиске наиболее оптимальных средств, форм, приемов консолидирующего диалога с зарубежной аудиторией, которые затем использовались и в практике китайского вещания на русском языке. Другим примером освоения общего медиапространства является журналистская деятельность восточной ветви русской эмиграции. С 1898 г. вплоть до середины XX века в Китае проживали десятки тысяч русских эмигрантов. Они оставили в Китае богатый опыт издания русскоязычных СМИ. Свою лепту в поддержание консолидирующего диалога внесло и радиовещание.

Экскурс в историю позволяет полагать, что опыт СМИ русских эмигрантов оказался востребован в Китае, и прежде всего, в практической сфере. Так, на рубеже XX-XXI вв. китайские исследователи (Дяо Шаохуа, Чжао Юнхуа и др.) впервые обращаются к изучению журналистского и литературного наследия русских эмигрантов. Кроме того, в обозначенный период активизируется информационная деятельность Китая в обращении к русскоязычной аудитории. Несмотря на то что СМИ русских эмигрантов прежде всего были

¹⁴ Лукин. А.В. Российско-китайские отношения: не ослаблять усилий // «Международная жизнь». – 2009. – №11. – URL: – <http://www.mgimo.ru/news/experts/document130656.phtml>. – 17.12.09.

ориентированы на консолидацию «своего» (радиослушателя, читателя и, в целом, народа), именно этот опыт – сближения с русскоязычной аудиторией на основе единых ценностных ориентиров – может расцениваться как «подсказка» современным СМИ Китая о средствах и методах диалога с русскоязычной аудиторией.

Таким образом, наиболее существенными выводами, представленными в первой главе, стали следующие. В современном медиапространстве, создаваемом СМИ Китая и России, китайская сторона демонстрирует заинтересованность в повышении профессиональной роли иновещания. «Международное радио Китая» увеличивает количество языков и объем вещания, повышает роль Интернета в донесении мультимедийной информации, обновляет концепцию вещания в соответствии с модернизацией всей внешнепропагандистской системы КНР. Подобная деятельность продиктована необходимостью установления доверия с русскоязычной аудиторией. Благодаря ценностному потенциалу, особая роль в накоплении этого неосязаемого капитала отводится культуре.

Вторая глава «Коммуникативные стратегии Международного радио Китая в практике культуроцентристского вещания на русском языке» посвящена рассмотрению стратегий коммуникации, реализуемых в деятельности Русской службы «Международного радио Китая» в контексте продвижения медиаобраза страны.

Стратегии коммуникации рассматриваются как звено коммуникативного акта: *цель > стратегия > тактика > эффект*. Анализ материалов первой главы показывает, что для китайских СМИ, адресованных русско-язычной аудитории, в том числе «Международного радио Китая», в современной деятельности характерны две основные цели: «блокировка» существующих негативных и создание положительных представлений о Китае.

В параграфе 2.1. «*Культура как коммуникация: медиаобраз страны в контексте действия стратегий культуроцентристского вещания*» рассматриваются принципы использования «культурнагруженной» информации в деятельности зарубежного радиовещания. Обосновывается утверждение о том, что в разное время иновещатели используют лишь различные цели и тактики коммуникации, но коммуникативные стратегии остаются одинаковыми в практике всего мирового иновещания. Различия в целях вещания обусловлены различием транслируемых идеологий, а набор тактик зависит от условий восприятия информации.

Обращение к исследованиям коммуникативных стратегий как способам оперирования идеологии¹⁵, а также анализ иновещательных практик различных зарубежных радиостанций позволяют считать типичным следующий набор коммуникативных стратегий: **сближение, легитимация, переракцентуация, дифференциация, балансирование**.

Преобладание той или иной коммуникативной стратегии в истории русскоязычного вещания Китая отмечено в параграфе 2.2 «*От конфронтации – к диалогу: история русскоязычного вещания Китая и целевые установки по-*

¹⁵ Томпсон Дж.Б. Идеология и современная культура // Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. – М.: «Аванти плюс», 2003. – С. 257-264.

зиционирования страны в глазах зарубежной аудитории». Сопоставление ключевых периодов в истории китайско-советских/российских отношений с изменениями в деятельности русскоязычного вещания Китая позволяет выделить шесть основных этапов его развития с 1954 г. по настоящее время. Реформирование информационной политики «Международного радио Китая» на современном этапе («период культурных инициатив») происходит под знаком укрепления двусторонних отношений Китая и России. Преобладающая стратегия коммуникации в деятельности русскоязычного вещания «Международного радио Китая» заключается в *сближении* с аудиторией.

Особенности ее реализации рассмотрены в параграфе 2.3 «Китай становится ближе: способы привлечения аудитории и формы обратной связи во внеэфирной деятельности Русской службы «Международного радио Китая». Обращение радиостанции к таким внеэфирным формам диалога с аудиторией, как **переписка, проведение интернет-опросов, викторин, конкурсов, обучение китайскому языку, поддержка Клубов радиослушателей** и проч. демонстрирует, что китайские вещатели используют традиционные и современные способы, благодаря которым могут стать ближе и понятнее русскоязычной аудитории.

В параграфе 2.4 «Тема культуры в программировании и содержании русскоязычного вещания» решаются две задачи исследования: во-первых, устанавливается объем передач о культуре и их соотношение с передачами «некультурной» тематики; и, во-вторых, выявляются основные концепты культуры в содержании всех передач сетки вещания.

Результаты контент-анализа передач русскоязычного вещания свидетельствует о доминировании времени, которое отводится программам о культуре в тематическом блоке вещания. В 2010 г. это распределение представлено в следующем порядке: культура (18,18 %); образование (15,59 %); социальная жизнь (15,59 %); международные отношения (5,19 %); спорт (3,9 %); экономика (1,3 %). Сравнение вещательных отрезков разных лет с 2006 по 2010 гг. свидетельствует о поступательном увеличении объема «культурного» вещания в эфире «Международного радио Китая» на русском языке. Решение первой задачи позволило выявить, что культуре отдается приоритет в структурировании предметной сферы русскоязычного вещания. Передачи «*Экскурс в культуру Китая*», «*Китайская цивилизация*», «*Субботний концерт*», «*В мире музыки*», «*Путешествие по Китаю*» несут основную нагрузку по распространению культурной тематики.

Однако дальнейший анализ свидетельствует, что тема культуры присутствует абсолютно во всех передачах. Методом сплошной выборки были выявлены наиболее частотные слова и устойчивые словосочетания, которые могут претендовать на роль лингвокультурных концептов в русскоязычном вещании Китая.

Анализ полученного словника свидетельствует о следующем.

Во-первых, наиболее представленными оказались концепты, формирующие представления о таких аспектах материальной и духовной сторон культуры, как:

«**быт**» (огонь, одежда, пельмени, чай); «**труд**» (велорикша, земледелие, строительство); «**топос**» (Китай, пагода, Россия, Тибет, уезд); «**этнокультурная идентичность**» (казах, китаец, маньчжур, русский, уйгур); «**семья**» (дочь, жена, мама, наследник, ребенок); «**искусство и просвещение**» (домбра, живопись, музей, музыка, театр); «**нормы и ценности**» (благодарность, гармония, доброта, дружба, счастье, уважение).

Выявленные концепты репрезентируют различные понятия предметно-материальной и духовной сфер культуры; апеллируют к обозначениям исторических и современных реалий; объединяют предметы, явления национальной и общекультурной тематики.

Во-вторых, с частью выявленных слов совпали 79% понятий-заголовков проекта «Здравствуй, Китай!»: *Великая стена, иероглиф, Китай, панда, парк, Пекин, пельмени, праздник Весны, семья, Шаолинь, шелк* и др. В рамках проекта «Здравствуй, Китай!» сто «главных слов» китайской культуры рассказывают русскоязычной аудитории о Китае.

И, в-третьих, выявленные слова являются «сквозными» в содержании всего вещания. Они присутствуют в передачах об экономике, политике, спорте, что позволяет говорить об «экстенсивном» развитии культурной тематики в русскоязычном вещании «Международного радио Китая».

Используя различные формы журналистской практики (информационный повод, интерпретацию информационного повода, контекст) для вхождения в текстовое пространство, концепты культуры оказываются вплетены в ткань повествования. Анализ структуры текстов радиовещания, проведенный в параграфе 2.5 «*Реализация культуроформирующих функций в жанровом своеобразии передач*», позволил выделить фиксированный набор жанровых форм, в которых реализуются концепты культуры.

В параграфе 2.6 «*Журналистика в репрезентации китайской картины мира: организация межкультурного диалога в образовательном проекте «Здравствуй, Китай!»*» анализируется смысловое наполнение ста концептов китайской культуры, выбранных для диалога с русскоязычной аудиторией.

Типологическое распределение заголовочных концептов по классификации В.В. Красных¹⁶ свидетельствует, что наибольшую группу (49 %) составляют «стереотипы» (из них 34 % – собирательные образы (*веер, панда, бамбук*) и 9% – стереотипные ситуации (*танцы, ревность, иглоукалывание*). Наименьшую типологическую группу (2%) занимают «духи»: дракон, феникс.

Количественный контраст в сформированных когнитивных группах и подгруппах свидетельствует, что авторы проекта выбрали лингвокультурные концепты, большинство из которых хорошо знакомо даже неподготовленной зарубежной аудитории. Их восприятие не должно встречать «помех» при декодировании, «расшифровке» национальной культуросферы.

Стремление к разговору с аудиторией на максимально «общем языке», отмеченное при выборе заголовочных концептов, также подтверждается при анализе их трактовок в тексте. Отталкиваясь от мнения С.Г. Воркачева о

¹⁶ Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. - 375 с.

том, что «концепт — это единица коллективного знания (отправляющая к высшим духовным ценностям), имеющая языковое выражение и отмеченная этнокультурной спецификой»¹⁷, автор выявляет, что с помощью прямого или косвенного определения происходит восхождение ста концептов проекта к следующим общекультурным ценностям: *счастье, благополучие, красота, гармония, удача, понимание, здоровье*.

Анализ стратегий коммуникации показывает, что в текстах проекта последовательно акцентируется внимание на схожести / различиях китайской и русской культур. Выявлено, что в большей степени тексты реализуют коммуникативную стратегию сближения.

Реализация стратегий связана с ориентацией проекта на мультифункциональность. В диалоге русского и китайского ведущих через метаязыковую функцию толкования языка («*Мари, а как это переводится?*») реализуются прочие, в том числе апеллятивная — функция побуждения. Предложены и одобрены такие действия русского героя: **купить**: «— *Скоро у моей жены будет День рождения. Может быть, купить ей Ципао?* / — *Я считаю, что это очень хорошая идея*» (Платье Ципао); **посетить**: «— *Я там обязательно должен побывать.* / — *Да, Тайшен стоит посмотреть!*» (Гора Тайшань); **попробовать (на вкус)**: «— *Если вы собираетесь на утку по-пекински большой компанией, можно заказать так называемый утиный стол.* / — *Так чего же мы ждем, давай поедим!*» (Утка по-пекински).

Китайская культуросфера предлагает русскоязычной аудитории ценности двух идеологий: гуманистической и потребительской. Сочетание двух идеологий наглядно проявляется в том, что *счастье*, согласно репрезентируемой китайской модели мира, можно подарить, купить. «— *Когда в Китае преподносишь другу в подарок Жуи, это значит, даришь ему счастье и благополучие.* / — *Я обязательно подарю на День рождения жене жуи*» (Жуи — чесалка). Методы продвижения культуры в медиaprостранстве оказываются аналогичны продвижению товаров, услуг, идей в рекламе и PR.

Результаты исследования, изложенные во второй главе, позволяют заключить, что взаимосвязанность целей китайской политики, экономики, культуры предопределяет, каким быть медиaprостранству: основанному на конфронтации или сближении соседствующих народов, культур. Особенностью «культуроцентристского» вещания Китая на русском языке является предельное насыщение текстов передач концептами, однозначно воспринимаемыми русскоязычной аудиторией. «Подключение» к общекультурным ценностям в продвижении национальной культуросферы призвано обеспечивать высокую степень «принятия» формируемого образа страны.

«Международное радио Китая», декларируя отказ от прямой пропаганды прошлых лет, тем не менее, остается коллективным голосом государства и по-прежнему выполняет типичные для современного иновещания задачи. В главе 3. «Творческие средства и методы убеждающей коммуникации в текстах «Международного радио Китая» на русском языке» доказывается, что, решая актуальные цели по созданию положительных впечатлений

¹⁷ Воркачев С.Г. Счастье как лингвокультурный концепт. — М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. — С. 51-52.

аудитории и блокировке ее негативных стереотипов, в текстах передач журналисты радиостанции используют лишь иной «градус» воздействия.

В параграфе 3.1 «Средства речевого воздействия в создании положительной оценки информации о Китае» рассмотрены формы проявления оценок в текстах Русской службы «Международного радио Китая». Способы проявления оценки выполняют идеолого-прагматические функции, то есть функции убеждения адресата¹⁸. Процесс идентификации оценок проводился на материале 297 текстов посредством их анализа на композиционном, лексическом, лексико-грамматическом, синтаксическом уровнях.

Выявлено, что прямая оценка с помощью субъективно-оценочных элементов – наиболее распространенный прием. «В последние годы в Китае **очень быстро** развиваются негосударственные секторы экономики»; «Китайская традиционная медицина **все шире** используется на Западе». Подобные субъективно-оценочные элементы отмечены в сильных текстовых позициях: заголовках, дикторских ремарках и итоговых комментариях.

Метафоры выступают средством скрытой оценочности. Выявлены тематические группы метафор «роста», «развития», «пути». Даже являясь по природе общезыковыми, они однозначно ориентируют общественное мнение и побуждают аудиторию принять идею имиджевой характеристики «Я – благо»¹⁹. Контекстом использования **эвфемистических замен** становятся «острые» темы, способные вызвать неоднозначную реакцию у зарубежной аудитории: мигранты, китайские товары, права человека и т.д.

На примере **комбинированных форм оценочности** виден механизм действия эксплицитных оценок. Их созданию способствуют приемы **качественной интерпретации событий, аргументированного комментария, цитирования, контекстного сравнения.**

Создание оценочности посредством контекстного сравнения подробно рассматривается в параграфе 3.2 «Свой – другой»: образы Китая и России в передачах русскоязычного вещания». Категория оценочности тесно связана с созданием шкалы ценностей, основанной на семантической оппозиции «свое»/«чужое». Метод контрастного оценивания позволяет преподнести образ Китая в более выигрышном свете по отношению к портрету России. В материале «Поговорим об образовании в Китае» рассказ об особенностях китайского образования настойчиво акцентирует внимание на его отличиях от российского варианта: «В Китае удачно работает система образовательных кредитов. Процентная ставка гораздо **ниже, чем в России**»; «...ежегодные затраты на образовательные программы и инфраструктуру в стране **уже сопоставимы с годовым бюджетом России**».

Подобным образом строятся материалы «О сотрудничестве китайца Ван Яньбиня с россиянином Сергеем», «Успехи китайской офтальмологии», «Де-

¹⁸ Клушина Н.И. Лингвистика убеждения: интенциональные категории публицистического текста // Медиаскоп. – 2008г. – № 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/149>.

¹⁹ Слово и ключевые смыслы в современных медиа-текстах: сб. науч. ст. / Майданова Л. М. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004. – С. 63.

сять «Надо» и десять «Не надо», «Нужны ли Китаю российские технологии?», «Новый облик пограничного города Маньчжурия» и др.

В параграфе 3.3 *«Персонализация системы ценностей китайского общества в передачах «портретного» жанра»* автор делает вывод о том, что интенциональная направленность вещания, помимо прочего, заключается в том, чтобы дать русскоязычной аудитории готовое представление о ценностных нормах китайского общества. В китайской журналистике под «персональным» жанром понимается «портрет» деятелей политики, науки, культуры и представителей простых людей²⁰. В русскоязычном вещании программы «персонального» жанра представлены в рубриках «Герои наших дней» и «Цвет китайской нации». Анализ их текстов проводился на основе обобщенной модели изучения роли персонажа в СМИ по следующим параметрам: номинация; социально-статусные характеристики; предметный мир; окружение; события и поступки; психологические характеристики; мировоззренческие характеристики; речевая партия.

Система ценностей китайского общества воплощается в достижении героями «китайской мечты». Это понятие появилось в Китае по аналогии с «американской мечтой» и в китайском варианте, как показывает анализ передач, получает следующее ценностное наполнение: семейное благополучие, достижение успеха, служение обществу, обретение богатства.

Основанный на схеме В.Я. Проппа нарративный анализ передач «персонального» жанра показал наличие в их текстах типичных сюжетных схем, восходящих к структуре волшебной сказки: 1. Герой оказывается в тяжелом положении (**недостача**). 2. Усиление проблемы, отсутствие помощи (**усугубление**). 3. Герой самостоятельно предпринимает попытку разрешить проблему (**попытка**). 4. Герой терпит неудачу, сталкивается с новыми препятствиями (**прегкновение**). 5. Герой осознает необходимость изменений (**перепутье**). 6. Герой использует предоставленную извне помощь (**помощь**). 7. Герой добивается цели (**победа**). 8. Герой делится полученным благом с другими (**раздача**).

Элементы нарратива организуются в выделенные В.Я. Проппом «круги действий» героя и его окружения. Круг действий «антагониста» в рассматриваемых текстах, как правило, не персонафицирован. Герою противостоят не конкретные люди, а негативные обстоятельства: болезнь, бедность, неурожай, банкротство. Действия «дарителя» и «помощника» воплощаются в поддержке семьи, коллег, государства. «Волшебным средством», полученным от них для решения проблемы, становятся советы, деньги, реформы. Мотивы лишений, испытаний героя делают материалы рубрик воплощением мифа, сказки, легенды. Журналисты выступают в роли интерпретаторов событий, снабжая их необходимыми оценками и встраивая в ценностный ряд национальной картины мира.

В заключительном параграфе 3.4 *«Принципы эффективной коммуникации: традиции убеждающего диалога как ресурсы журналистики в продвижении положительного образа Китая»* коммуникативные стратегии про-

²⁰ Ли Динсинь. Пресса Китая в условиях экономической реформы (90-е гг. XX века) / Под ред. С.М. Виноградовой. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2000. – С. 75.

движения образа страны рассматриваются в контексте китайской традиции использования стратегий как универсальных правил достижения цели. В интерпретации древних стратагем практику русскоязычного вещания характеризуют принципы эффективного диалога: **целенаправленность** («Установить иглу, указующую на юг»); **инициативность** («Владеть инициативой в круговороте событий»); **культуроцентризм** («Зацепка внутри»); **отвод критики** («Предупреждать появление оврагов»); **доброжелательность** («Стоять с распростертыми руками») и др. При этом анализ формируемого аудиторией «банка мнений» (слушательская почта, комментарии на сайте) свидетельствует, что аудитория сама «помогает» радиостанции создавать положительный образ Китая. Слушатели наделяют его такими оценками, как *лидерство*, *миролюбивость*, *добрососедство*, *исключительность*, *ответственность*, *могущество*.

В **Заключении** подводятся итоги исследования; обосновывается реализация положений и гипотез, вынесенных на защиту; обозначаются перспективы дальнейшего исследования; даются рекомендации по использованию оптимальных стратегий диалога с Китаем в практике «ответной» коммуникации с российской стороны.

Практика «Международного радио Китая» в обращении к русскоязычной аудитории подтверждает, что перед ним стоит задача продвижения китайских ценностей, вхождения в мировое медиапространство без потери национальной специфики. Адекватное использование коммуникативных стратегий продвижения образа страны становится не только гарантом успешного взаимодействия с аудиторией, но также помогает решать экстралингвистические задачи в сферах политики, экономики, культуры. Средства и методы межкультурного диалога способствуют продвижению необходимого Китаю образа страны и создают условия для его одобрительного «принятия» русскоязычной аудиторией.

В **Приложениях** представлены: хронология развития интернет-портала «Международного радио Китая» CRI-Online; сетка русскоязычного вещания «Международного радио Китая»; результаты контент-анализа передач Русской службы «Международного радио Китая»; список ста «ключевых слов» проекта «Здравствуй, Китай!» и анализ реализации в текстах проекта коммуникативных стратегий межкультурного диалога.

Основные положения диссертации изложены в следующих публикациях:

Статьи в рецензируемых научных изданиях перечня ВАК:

1. Монастырёва О.В. Социокультурное пространство диалога: опыт журналистов Международного радио Китая // Меди@льманах, М. – 2011. – № 2. – С. 50-57. [0,5 п.л.]

2. Монастырёва О.В. Коммуникативные матрицы диалога: роль СМИ в формировании современного медиапространства (опыт международного радио Китая) // Известия Саратовского университета. Нов. сер. Филология. Журналистика. 2011. Т. 11. Вып. 2. – С. 76 – 82. [0,7 п.л.]

Другие публикации:

3. Монастырёва О.В. Русскоязычное вещание «Международного радио Китая»: основные цели и задачи // СМИ-общество-образование: модели взаимодействия: материалы междунар. науч.-практ. конференции, посв. 20-летию высш. журналист. образования на Южном Урале: 30 ноября – 2 декабря 2007 г.: в 2ч. Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2007. – Ч.1. – С.30-39. [0,5 п.л.]

4. Монастырёва О.В. Международное радио Китая и русскоязычная аудитория: особенности взаимодействия в информационную эпоху // Современные проблемы взаимодействия языков и культур: материалы международной науч. – практ. конференции, посв.10-летию филологического факультета АмГУ. – Благовещенск, 2008. – Ч.2. – С.45-48. [0,3 п.л.]

5. Монастырёва О.В. Международное радио Китая: на пути создания мультимедийной корпорации // Профессия «Журналист»: вызовы XXI века: Материалы Всероссийской науч.- практ. конф.– Ижевск, УдГУ, 2008. – С.65-69. [0,2 п.л.]

6. Монастырёва О.В. Специфика коммуникативной стратегии в программах на русском языке Международного радио Китая // Портал научных исследований СМИ «Медиаскоп». – www.mediascope.ru. – Выпуск №2. – 2009 г. – URL. – <http://www.mediascope.ru/node/347>. – 0420900082\0034. [0,7 п.л.]

7. Монастырёва О.В. Международное радио Китая: программирование и жанрово-тематическое своеобразие передач на русском языке // Вестник Амурского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». Вып.44. – Благовещенск: изд-во АмГУ, 2009. – С. 29-33. [0,6 п.л.]

8. Монастырёва О.В. Оценочность медиадискурса в межкультурной коммуникации: создание положительного образа КНР в радиопрограммах, адресованных русскоязычной аудитории // Вестник Амурского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». Вып.46. – Благовещенск: изд-во АмГУ, 2009. – С. 49-53. [0,7 п.л.]

9. Монастырёва О.В. Положительный образ КНР в иновещательной практике Международного радио Китая // Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи: Материалы VIII межвузовской научно-практической конференции студентов и аспирантов (4-6 марта 2009 года) / Под ред. Л.П. Громовой; сост. О.А. Никитина. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2009. – С.211-213. [0,1 п.л.]

10. Монастырёва О.В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию // Вестник Амурского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». Вып.50. – Благовещенск: изд-во АмГУ, 2010. – С. 56-62. [0,6 п.л.]

11. Монастырёва О.В. Концептосфера культуры в передачах на русском языке Международного радио Китая // Проблемы региональной лингвистики. Материалы международной научной конференции 21-22 октября 2010 г. – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2010. – С.145-149. [0,1 п.л.]

12. Монастырёва О.В. Медиа-пропаганда современного Китая: информационный курс на Россию // Вопросы журналистики: сборник научных статей.

Вып. 16 / отв. ред. Г.В. Дмитрук. – Владивосток: Изд-во Дальневост. федер. ун-та, 2010. – С.50-60. [0,5 п.л.]

13. Монастырёва О.В. Пресса харбинского землячества: пространство культурного диалога // Россия и Китай на дальневосточных рубежах. Русские и китайцы: региональные проблемы этнокультурного взаимодействия. Вып. 9. Сборник материалов международной научно-практической конференции / Под ред. А.П. Забияко. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2010. – С.168-175. [0,4 п.л.]

14. Монастырёва О.В. Изображение ценностей китайского общества в передачах «персонального» жанра Международного радио Китая // Вестник Амурского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». Вып.52. – Благовещенск: изд-во АмГУ, 2011. – С. 31-37. [0,6 п.л.]

15. Монастырёва О.В. Опыт СМИ Китая и России в организации межкультурного диалога // Россия и Китай: социально-экономическое взаимодействие между странами и приграничными регионами. Вып. 1: материалы международной научно-практической конференции / под общ. ред. Л.А. Понкратовой, А.А. Забияко. – Благовещенск, Амурский гос. ун-т, 2011. – С.378-383. [0,3 п.л.]

16. Монастырёва О.В. Радиовещание Московского радио на китайском языке: поиск средств, форм и приемов диалога с зарубежной аудиторией (1940-1954 гг.) // Литература и журналистика стран Азиатско-Тихоокеанского региона в межкультурной коммуникации XX-XXI вв.: сб. науч. статей по материалам международной научно-практической конференции / под науч. ред. проф. С.И. Якимовой. – Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2011. – С. 121-128. [0,3 п.л.]

17. Монастырёва О.В. «Мягкая сила» в деятельности зарубежных СМИ Китая: к вопросу о формировании российско-китайского медиапространства // Актуальные проблемы современности: материалы 6-й Всероссийской научно-практической конференции «Альтернативный мир» (Благовещенск, 10 октября 2011 г.). Вып. 5. / отв. ред. Д. В. Буяров. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2011. – С. 178-186. [0,3 п.л.]

18. Монастырёва О.В. От конфронтации – к диалогу: становление современной практики китайского иновещания по обращению к русскоязычной аудитории // Журналистика в поисках моделей развития: IV Всероссийская научно-практическая конференция (Томск, 27-30 октября 2011 г.): Материалы / Отв. ред. П.П. Каминский, Н.В. Жилиякова. – Томск: Изд-во НТЛ, 2011. – С. 181-186. [0,3 п.л.]